



O BFA ambiciona reforçar a sua posição de liderança na banca de retalho no mercado angolano, num permanente comprometimento com os seus Clientes, com o crescimento pessoal e profissional dos seus Colaboradores, com a criação de valor para os seus Accionistas e com o desenvolvimento sustentável de Angola.

VALORES DA MARCA

A identidade da Marca BFA é o reflexo da sua cultura financeira e empresarial. Os traços essenciais dessa cultura são a independência da gestão, a flexibilidade organizativa, o trabalho de equipa, a distinção do mérito, a capacidade de antecipação, a rigorosa administração de riscos e a segura criação de valores para os diferentes "stakeholders". O ADN de uma instituição afirma-se através de atributos próprios, que ganham consistência e credibilidade na relação que todos os dias se estabelece com os Clientes e com a Comunidade em geral. O BFA valoriza especialmente dois desses atributos: a Experiência e a Harmonia. A Experiência é o resultado da formação das suas equipas e do importante património profissional acumulado ao longo da história do Banco no mercado nacional. A Harmonia exprime a permanente ambição de servir os Clientes e a Comunidade com os mais elevados padrões de ética

BFA Net
Recargas - click
Seguros - click
TV - click
Entre no BFA Net e Click.

e qualidade. É um propósito projectado para o futuro, determinado pela constante aposta na melhoria contínua.

PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

Em 2014, o BFA disponibilizou a nova funcionalidade de pagamento de impostos. O serviço, disponível exclusivamente para empresas, permite pagar os impostos de forma segura, rápida e cómoda quer via BFA Net / BFA Net Empresas, quer em qualquer balcão BFA. Porque dispensa a utilização de cheques visados e permite a confirmação quase imediata do pagamento efectuado, é um processo mais seguro e é também um processo mais rápido e cómodo porque em poucos minutos

e em qualquer parte do mundo, possibilita o pagamento dos impostos sem necessidade de deslocação a uma repartição fiscal. Para utilizar este serviço, basta ser Cliente BFA e aderente ao Portal do Contribuinte.

O pagamento de serviços e compra de recargas telefónicas via BFA Net, foi outro dos serviços disponibilizados que visam facilitar, de forma significativa, o dia-a-dia dos Clientes BFA. Este serviço possibilita que qualquer Cliente aderente ao BFA Net possa, por exemplo, comprar uma recarga telefónica ou pagar a factura da água, comodamente, através do telemóvel ou do computador, sem sair da sua casa.

O cartão VISA pré-pago Kandandu, lançado em 2014, é o primeiro cartão pré-pago a

Os funcionários públicos nunca sonharam com tantas vantagens.

- Sem protocolos com entidade patronal
- 9% de bonificação no Crédito Pessoal



BFA

PARABÉNS. ESTES PRÉMIOS TAMBÉM SÃO SEUS.



BFA

Linha de Atendimento BFA
Fale connosco
923 120 120

- Informação sobre produtos e serviços
- Dúvidas e sugestões
- Disponível das 06h00 às 24h00



BFA

As melhores soluções para o seu negócio.

- Gestão de tesouraria
- Apoio ao investimento
- Pagamentos ao exterior



BFA

nível nacional, gerido integralmente na nova plataforma da EMIS, o que reflecte, não só a aposta na diversificação da oferta dos produtos do Banco, como também o esforço de modernização dos meios de pagamento no mercado nacional.

MERCADO

Num ano de profundas alterações e elevados desafios para as instituições financeiras, o BFA continuou a afirmar-se como uma operação de referência na banca de retalho em Angola. Com mais de 1 milhão e 300 mil Clientes, é líder entre os bancos privados nos cartões de débito e TPA's, captou mais de 100 mil novos clientes e reforçou os indicadores de rentabilidade e solidez financeira. Em 2014, o activo cresceu 23,6% e o BFA atingiu o resultado líquido mais elevado da sua história, ultrapassando pela primeira vez os 30 mil milhões de AKZ, decorrente do aumento da margem financeira e comissões e de uma rigorosa política de gestão de custos. Como resultado, foram reforçados os indicadores de rentabilidade e de solvabilidade: Rentabilidade do Activo de 3,4%; Return on equity de 34,8%; Ratio cost-to-income de 36,3% e Ratio de Solvabilidade Regulamentar de 24,0%.

COMUNICAÇÃO

À semelhança dos anos anteriores, as campanhas pretendem reforçar o posicionamento da Marca e a captação e fidelização de clientes, dando continuidade a um longo percurso de inovação e qualidade de oferta.

Com o objectivo de divulgar a nova funcionalidade de Pagamento de Serviços do BFA Net e BFA Net Empresas, o Banco realizou uma campanha que teve como mote "Recargas click, Seguros click, TV click. Entre no BFA Net e click". Este serviço possibilita a compra de recargas telefónicas e o pagamento de serviços como TV, água, luz ou seguros, a partir de qualquer lugar, com toda a comodidade, rapidez e segurança.

Direccionada ao segmento de pequenas e médias empresas, foi realizada a campanha "Soluções de Negócio BFA". Esta campanha visou promover o conjunto de produtos e serviços que o Banco disponibiliza, integrando soluções de crédito, de gestão de tesouraria e de gestão de operações de pagamentos ao exterior. Neste período foram realizadas diversas outras campanhas, sendo de assinalar duas desenhadas e veiculadas exclusivamente para o ambiente digital: uma com o objectivo de promover uma oferta especial para funcionários públicos e outra com o objectivo

SABIA QUE:

- No âmbito da responsabilidade social do Banco, o BFA abraçou a causa "anemia falciforme" – já considerada um problema grave de saúde pública em Angola – apoiando um conjunto de iniciativas que, para além de sensibilizar a população para os riscos e comportamentos de prevenção, pretende recolher fundos para equipar uma ala do hospital pediátrico de Luanda, dedicada ao diagnóstico e tratamento da doença.
- A Fundação Calouste Gulbenkian e o Centro de Investigação em Saúde de Angola (CISA) estabeleceram uma parceria que tem como principal objectivo o desenvolvimento de uma estratégia sustentável para a redução da deficiência de micronutriente e da desnutrição das crianças nos primeiros cinco anos de vida. Este projecto de investigação decorrerá na província do Bengo, município do Dande, e terá uma duração de dois anos. Em 2014, o BFA associou-se a este projecto de investigação do CISA através de um apoio fundamental para a sua viabilização.

de lançar o serviço Linha de Atendimento BFA, como o novo canal de contacto com o Banco.

VANTAGENS COMPETITIVAS

Ao longo de 2014, o BFA foi distinguido em diversas áreas relevantes da actividade financeira, sendo de destacar: "Prémio de Excelência STP" do Deutsche Bank, atribuído pela 12.ª vez consecutiva; "Melhor Empresa do Ano" e "Melhor Relatório de Gestão e Contas do Sector Financeiro", ambos atribuídos pela 2.ª vez nos prémios Sirius, promovidos pela Deloitte; "Melhor Marca Bancária na África Ocidental", pelo 2.º ano consecutivo, da Global Brands Magazine; e "Melhor Banco de Retalho 2014", da revista World Finance.

1993

Abertura da Sucursal do Banco de Fomento Exterior em Luanda.

2002

Nascimento da Marca BFA – Banco de Fomento Angola.

2005

Criação do Fundo Social BFA com três eixos de actuação: Educação, Saúde e Solidariedade Social.

2014

Primeiro membro registado a garantir a adesão à Bolsa de Dívida e Valores de Angola (BODIVA).